

# 需要動向調査報告書

---

(グルメ&ダイニングスタイルショー)

平成29年2月

あわら市商工会

# I. 調査の概要

## 1. 調査項目

1. 出展商品に対する評価
2. 価格帯・数量
3. 商品を選定する理由
4. メーカーへの要望

## 2. 調査方法

展示会「グルメ&ダイニングスタイルショー」に会場した方に対してヒアリング方式で調査を実施した。

## 3. 調査日

平成29年2月8・9・10日（開催期間3日）

## 4. 調査場所

東京ビッグサイト 東展示棟 東3ホール（東京・有明）

## 5. 回収結果

有効回答社数 100社

## 6. 本報告書の注意点

- ◆ 図表中の構成比は、小数点第2位以下を四捨五入して表示しています。0.1%に満たない場合は「0.0」と表記し、該当者が皆無の場合は「-」と表記しています。また、小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計が100%にならないこと（99.9%、100.1%など）があります。
- ◆ 複数回答の設問は、回答が2つ以上ありうるので、合計は100%を超えることがあります。
- ◆ クロス集計において、回答件数が少なく傾向分析のできない表はコメントの対象外としています。

## Ⅱ. 調査の結果

1. 御社について以下の質問にお答えください。

(1) 業種

4割弱が「小売業」と回答

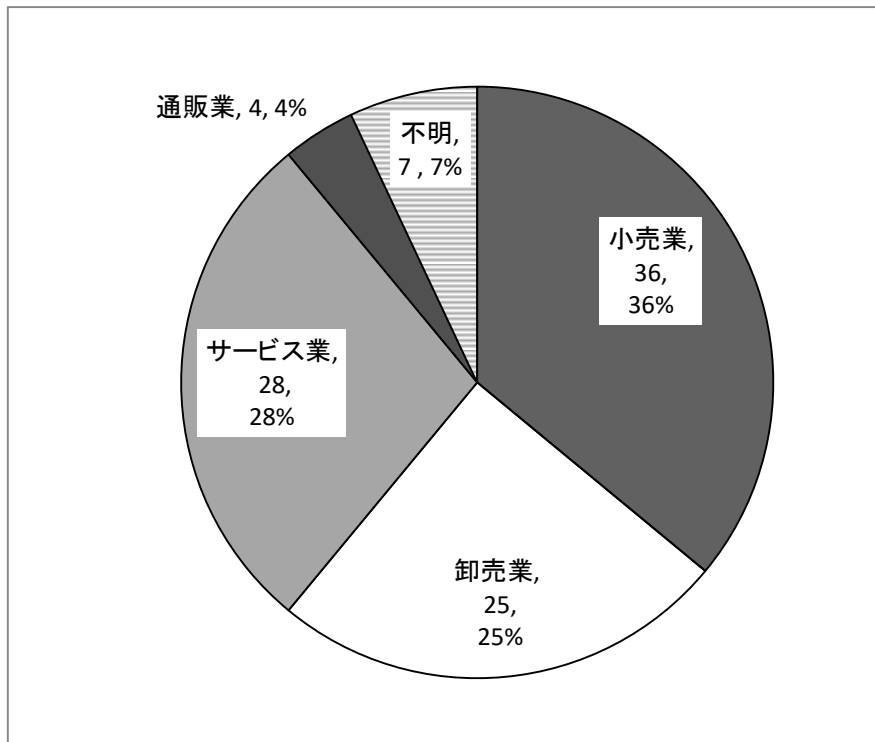
### 【全体結果】

業種では「小売業」が36.0%と最も高く、卸売と合計した流通業が過半数（61.0%）を占めている。次いで「サービス業」が28.0%となっている。

上段：件  
下段：%

調査数	業種				
	小売業	卸売業	サービス業	通販業	不明
100	36	25	28	4	7
100.0	36.0	25.0	28.0	4.0	7.0

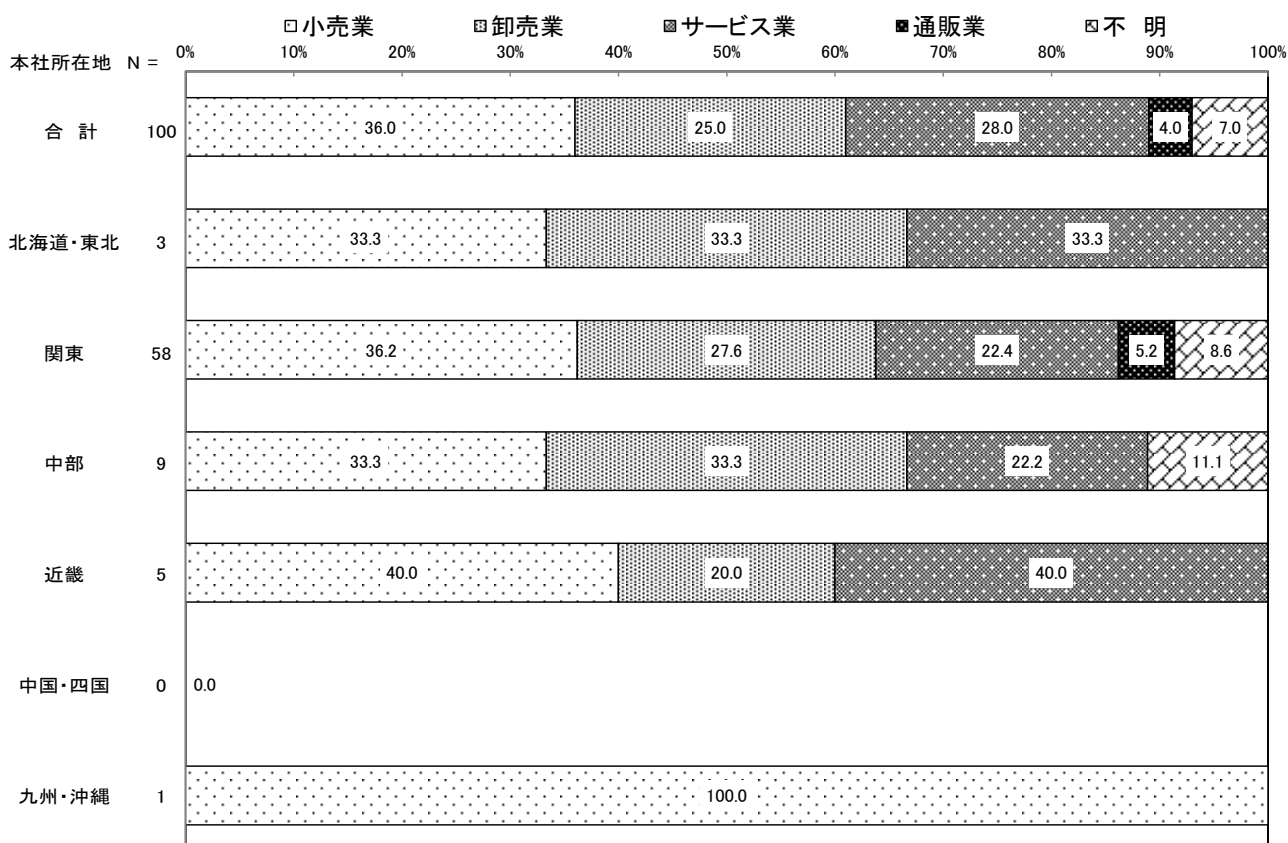
図 1.1 業種



○本社所在地×業種

上段：件  
下段：%

	調査数	業種					
		小売業	卸売業	サービス業	通販業	不明	
合計	100 100.0	36 36.0	25 25.0	28 28.0	4 4.0	7 7.0	
本社所在地	北海道・東北	3 100.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	- -	- -
	関東	58 100.0	21 36.2	16 27.6	13 22.4	3 5.2	5 8.6
	中部	9 100.0	3 33.3	3 33.3	2 22.2	- -	1 11.1
	近畿	5 100.0	2 40.0	1 20.0	2 40.0	- -	- -
	中国・四国	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	九州・沖縄	1 100.0	1 100.0	- -	- -	- -	- -



(2) 本社所在地

6 割弱が「関東」と回答

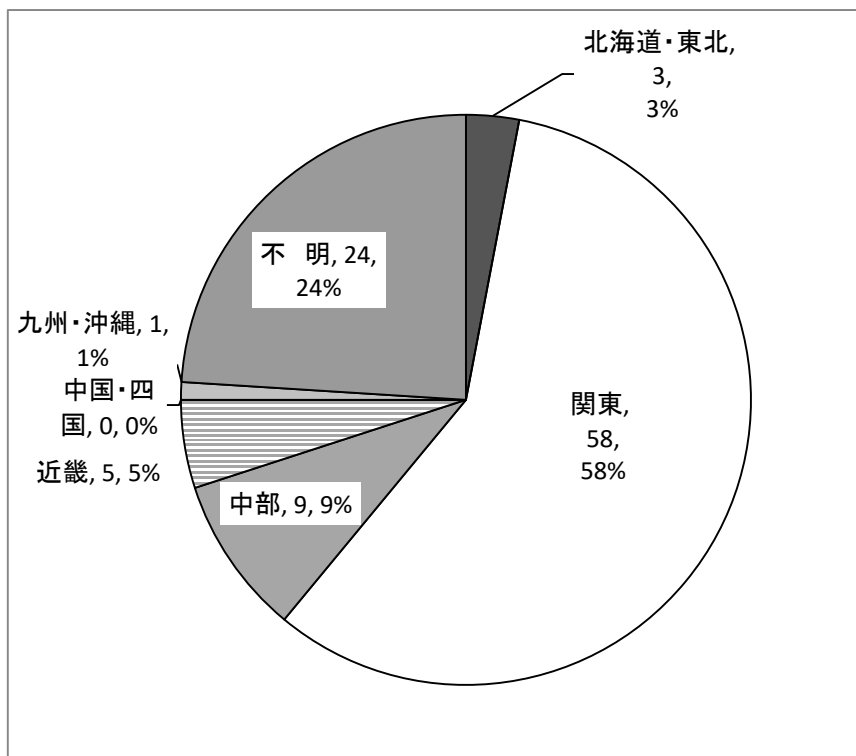
【全体結果】

本社所在地では「関東」が 58.0%と最も高く、次いで「中部」が 9.0%、「近畿」が 5.0%となっている。

上段：件  
下段：%

調査数	本社所在地						
	北海道・東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄	不明
100	3	58	9	5	-	1	24
100.0	3.0	58.0	9.0	5.0	-	1.0	24.0

図 1.2 本社所在地



## 業種×本社所在地クロス集計表

上段：件

下段：%

	調査数	本社所在地							
		北海道・東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄	不明	
合計	100	3	58	9	5	-	1	24	
	100.0	3.0	58.0	9.0	5.0	-	1.0	24.0	
業種	小売業	36	1	21	3	2	-	1	8
		100.0	2.8	58.3	8.3	5.6	-	2.8	22.2
	卸売業	25	1	16	3	1	-	-	4
		100.0	4.0	64.0	12.0	4.0	-	-	16.0
	サービス業	28	1	13	2	2	-	-	10
	100.0	3.6	46.4	7.1	7.1	-	-	35.7	
通販業	4	-	3	-	-	-	-	1	
	100.0	-	75.0	-	-	-	-	25.0	

2. 以下の質問にお答えください。

問1 出展商品 越前あわら「ブランドa」の全体的な評価

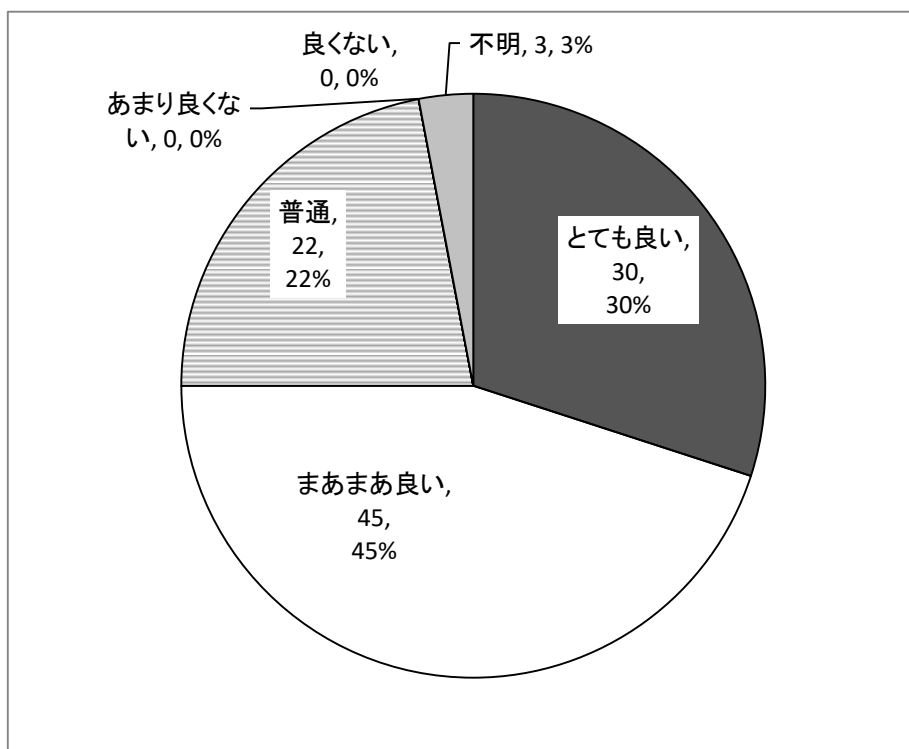
4割強が「まあまあ良い」と回答

**【全体結果】**

越前あわら「ブランドa」の全体的な評価では「まあまあ良い」が45.0%と最も高く、次いで「とても良い」が30.0%、「普通」が22.0%となっている。「とても良い」、「まあまあ良い」を合計した「肯定的に評価している」人の割合は7割強（75.0%）となった。「あまり良くない」または「良くない」と回答したい人はいなかった。上段：件  
下段：%

調査数	出展商品 越前あわら「ブランドa」の全体的な評価					
	とても良い	まあまあ良い	普通	あまり良くない	良くない	不明
100	30	45	22	-	-	3
100.0	30.0	45.0	22.0	-	-	3.0

図 2.1 全体的な評価

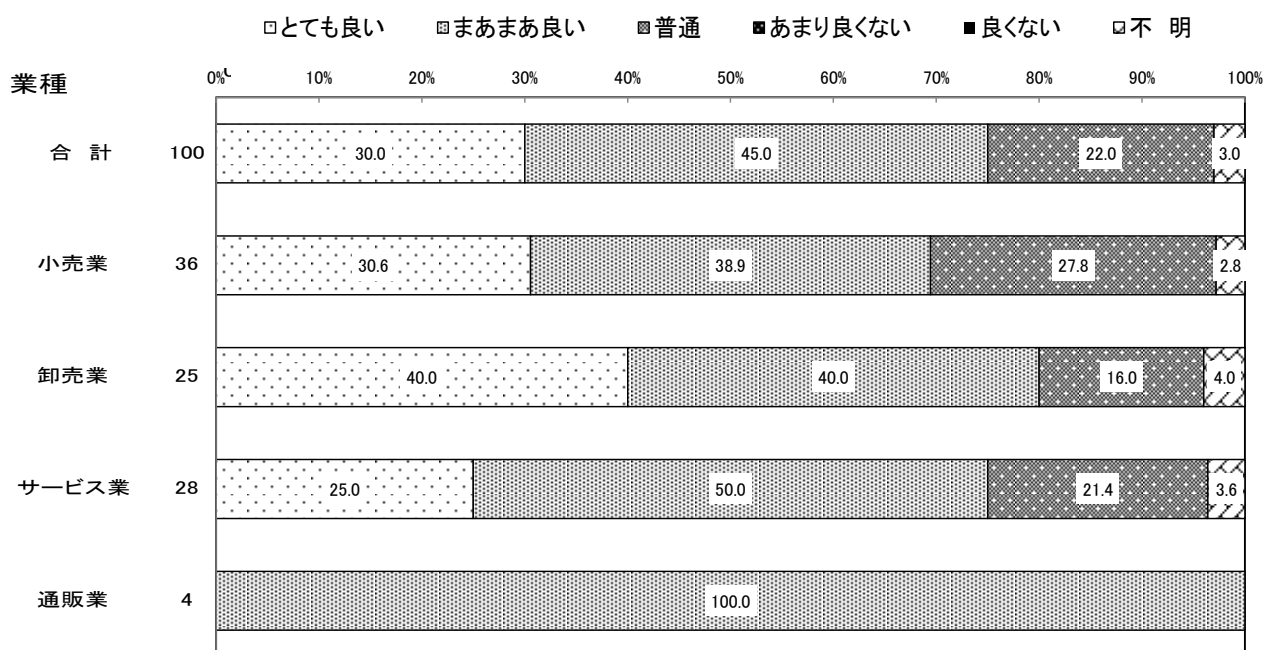


業種別では、小売業の評価が「とても良い」が40.0%、「とても良い」が40.0%となり、合計した「肯定的に評価している」人の割合は8割となっている。通販業では「まあまあ良い」が100%となっている。

業種×出展商品 越前あわら「ブランドa」の全体的な評価クロス集計表

上段：件  
下段：%

		調査数	出展商品 越前あわら「ブランドa」の全体的な評価					
			とても良い	まあまあ良い	普通	あまり良くない	良くない	不明
合計		100 100.0	30 30.0	45 45.0	22 22.0	-	-	3 3.0
業種	小売業	36 100.0	11 30.6	14 38.9	10 27.8	-	-	1 2.8
	卸売業	25 100.0	10 40.0	10 40.0	4 16.0	-	-	1 4.0
	サービス業	28 100.0	7 25.0	14 50.0	6 21.4	-	-	1 3.6
	通販業	4 100.0	-	4 100.0	-	-	-	-

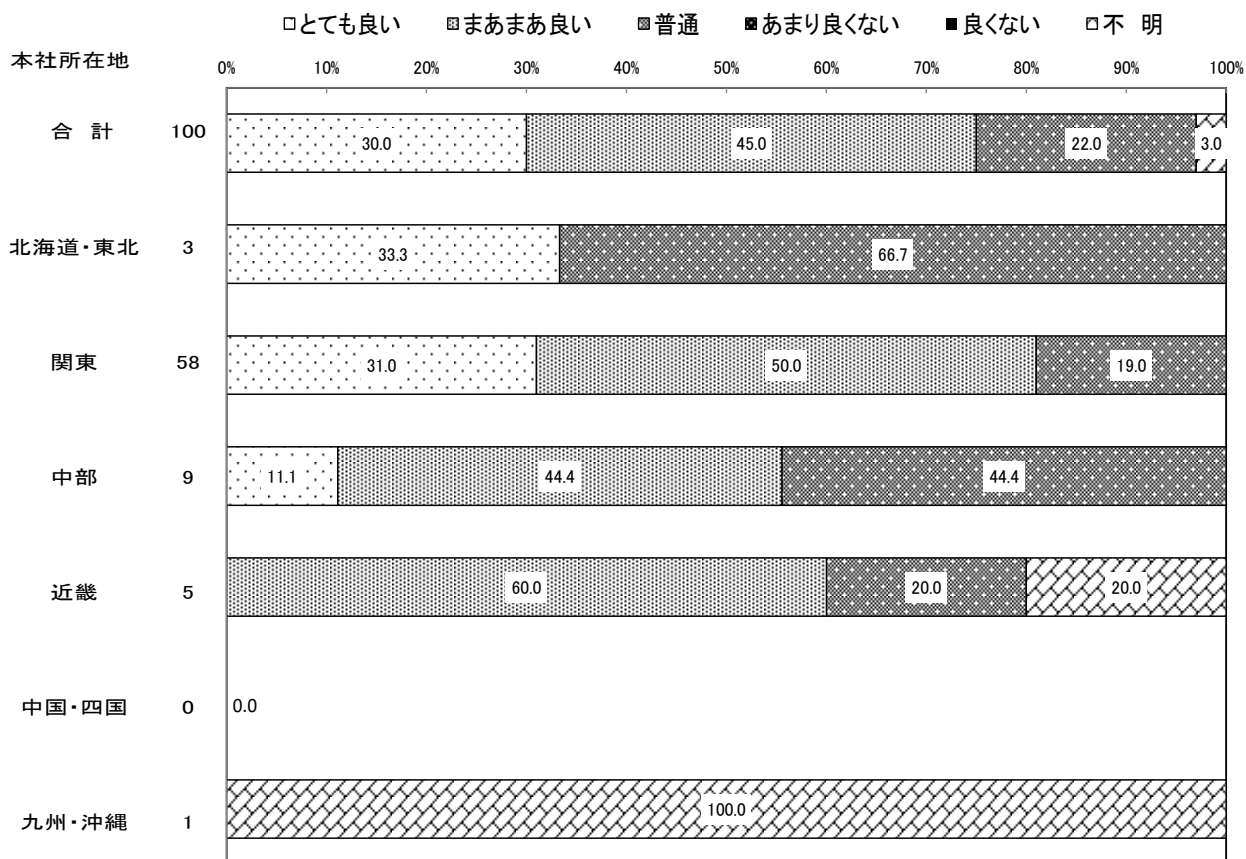




本社所在地×出展商品 越前あわら「ブランドa」の全体的な評価クロス集計表

上段：件  
下段：%

		調査数	出展商品 越前あわら「ブランドa」の全体的な評価					不明
			とても良い	まあまあ良い	普通	あまり良くない	良くない	
合計		100	30	45	22	-	-	3
		100.0	30.0	45.0	22.0	-	-	3.0
本社所在地	北海道・東北	3	1	-	2	-	-	-
		100.0	33.3	-	66.7	-	-	-
	関東	58	18	29	11	-	-	-
		100.0	31.0	50.0	19.0	-	-	-
	中部	9	1	4	4	-	-	-
		100.0	11.1	44.4	44.4	-	-	-
	近畿	5	-	3	1	-	-	1
	100.0	-	60.0	20.0	-	-	20.0	
中国・四国	-	-	-	-	-	-	-	-
九州・沖縄	1	-	-	-	-	-	-	1
	100.0	-	-	-	-	-	-	100.0



問 2 売れ筋価格帯

半数が「～2,000円」と回答

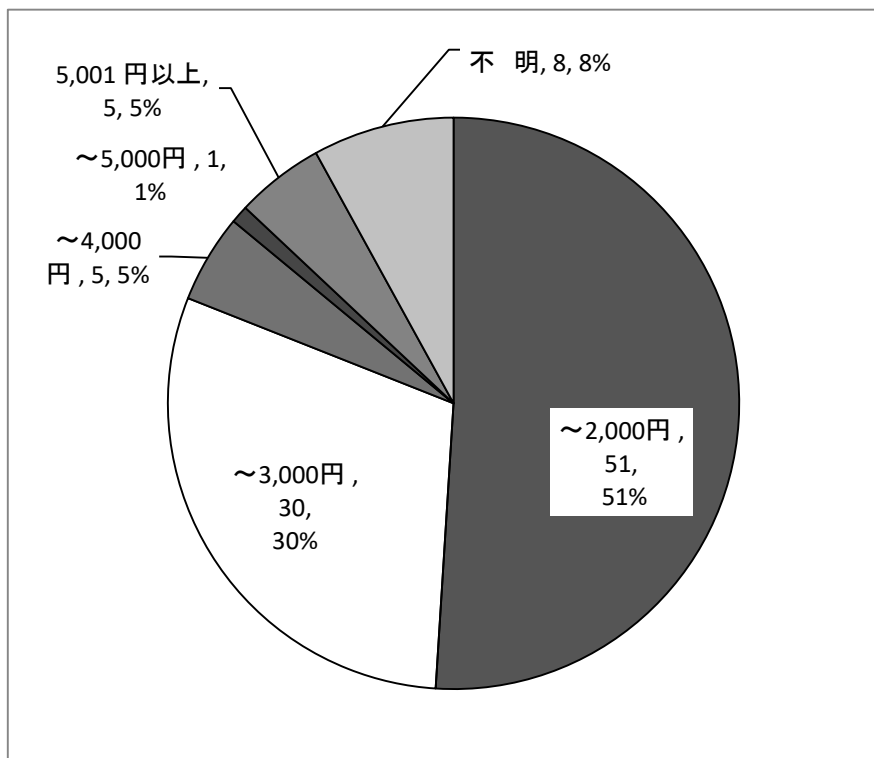
【全体結果】

「～2,000円」と回答した人の割合は5割（51.0%）、「～3,000円」と回答した人の割合は3割（30.0%）となり、「～2,000円」または「～3,000円」で8割を占める結果となった。

上段：件  
下段：%

調査数	店頭での売れ筋価格帯					
	～2,000円	～3,000円	～4,000円	～5,000円	5,001円以上	不明
100	51	30	5	1	5	8
100.0	51.0	30.0	5.0	1.0	5.0	8.0

図 2.2 売れ筋価格帯

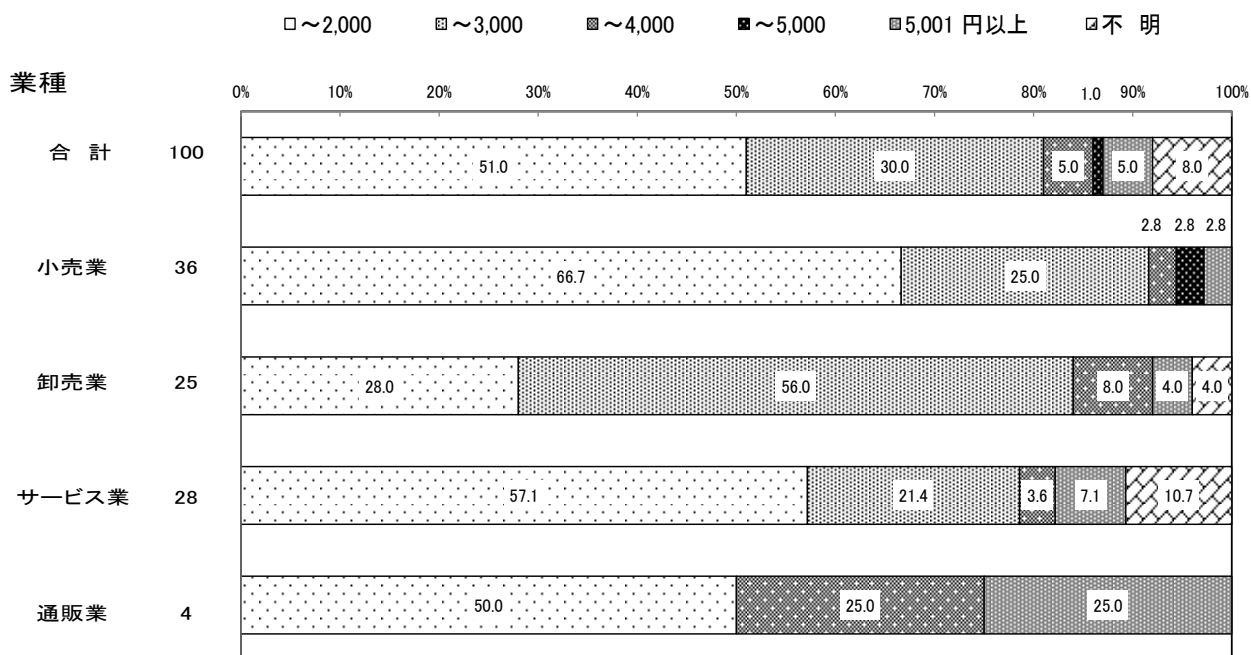


業種別でみると、小売業では「～2,000円」が66.7%と最も高い一方、卸売業では「～3,000円」が56.0%と最も高くなっている。

業種×店頭での売れ筋価格帯クロス集計表

上段：件  
下段：%

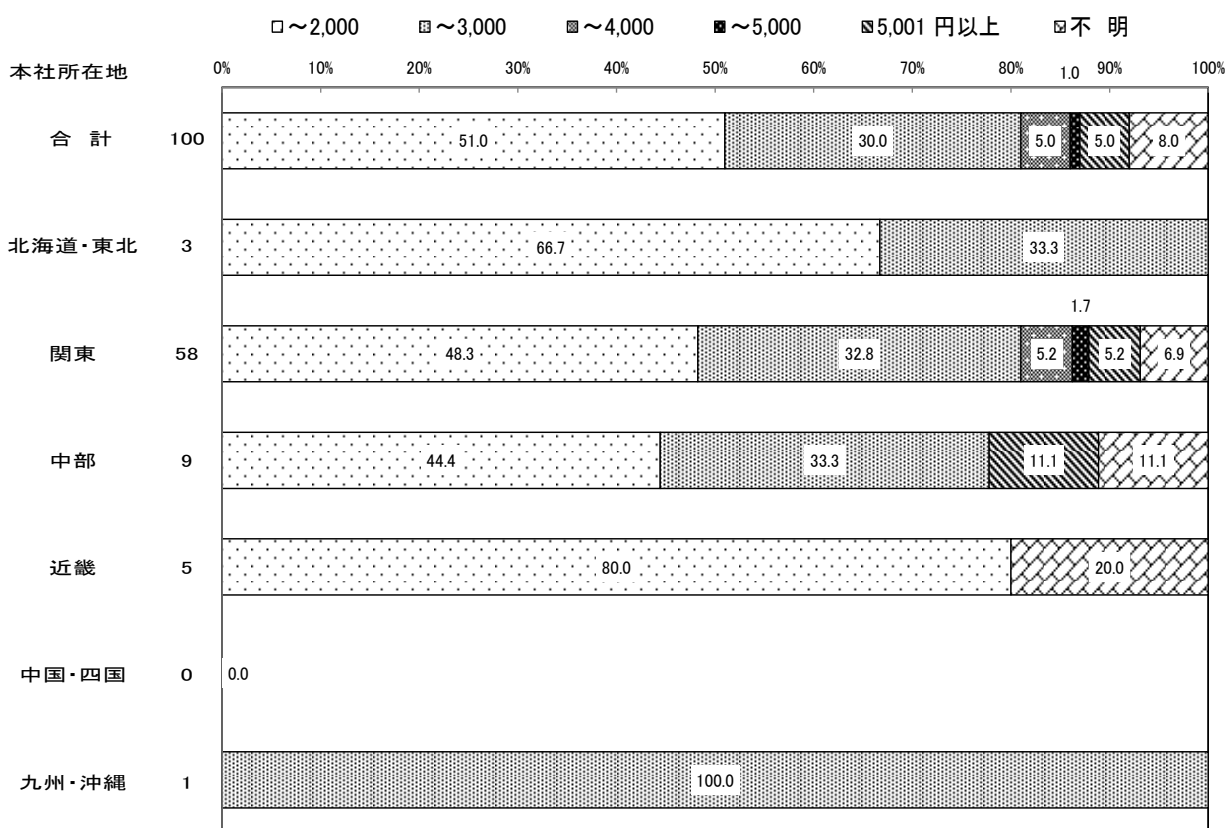
	調査数	店頭での売れ筋価格帯						
		～2,000	～3,000	～4,000	～5,000	5,001円以上	不明	
合計	100	51	30	5	1	5	8	
	100.0	51.0	30.0	5.0	1.0	5.0	8.0	
業種	小売業	36	24	9	1	1	1	-
		100.0	66.7	25.0	2.8	2.8	2.8	-
	卸売業	25	7	14	2	-	1	1
		100.0	28.0	56.0	8.0	-	4.0	4.0
	サービス業	28	16	6	1	-	2	3
	100.0	57.1	21.4	3.6	-	7.1	10.7	
	通販業	4	2	-	1	-	1	-
	100.0	50.0	-	25.0	-	25.0	-	



本社所在地×店頭での売れ筋価格帯クロス集計表

上段：件  
下段：%

		調査数	店頭での売れ筋価格帯					不明
			～2,000	～3,000	～4,000	～5,000	5,001 円以上	
合計		100	51	30	5	1	5	8
		100.0	51.0	30.0	5.0	1.0	5.0	8.0
本社所在地	北海道・東北	3	2	1	-	-	-	-
		100.0	66.7	33.3	-	-	-	-
	関東	58	28	19	3	1	3	4
		100.0	48.3	32.8	5.2	1.7	5.2	6.9
	中部	9	4	3	-	-	1	1
		100.0	44.4	33.3	-	-	11.1	11.1
	近畿	5	4	-	-	-	-	1
	100.0	80.0	-	-	-	-	20.0	
中国・四国	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	
九州・沖縄	1	-	1	-	-	-	-	
	100.0	-	100.0	-	-	-	-	



問3 求める数量（ロット）

7割弱が「～100個」と回答

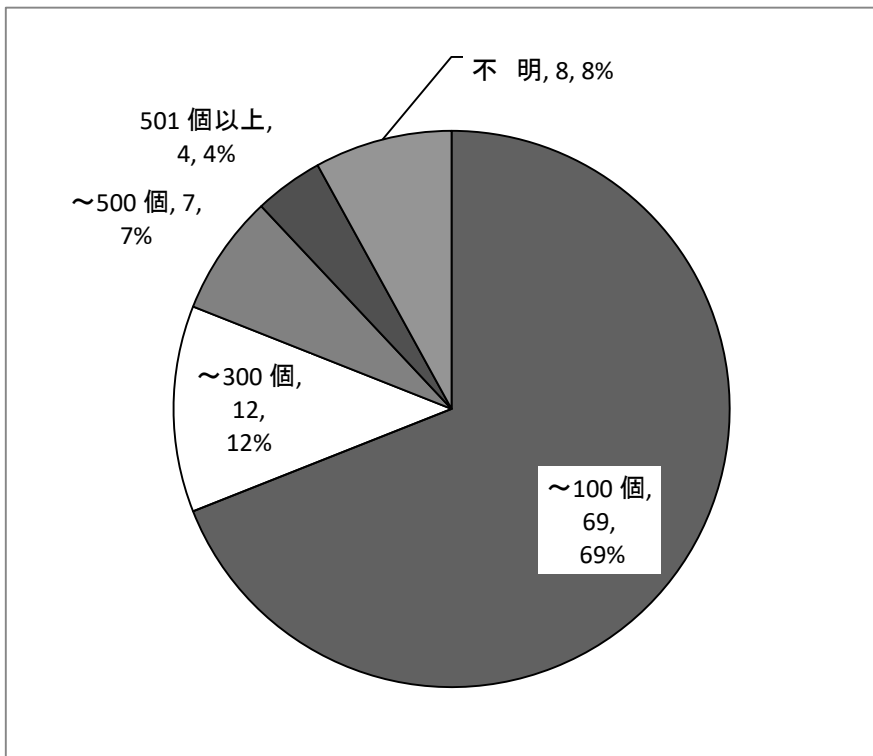
【全体結果】

求める数量（1回あたりの発注ロット）では「～100個」が69.0%と最も高く、次いで「～300個」が12.0%、「～500個」が7.0%となっている。

上段：件  
下段：%

調査数	求める数量(1回あたりの発注ロット)				
	～100個	～300個	～500個	501個以上	不明
100	69	12	7	4	8
100.0	69.0	12.0	7.0	4.0	8.0

図 2.3 求める数量



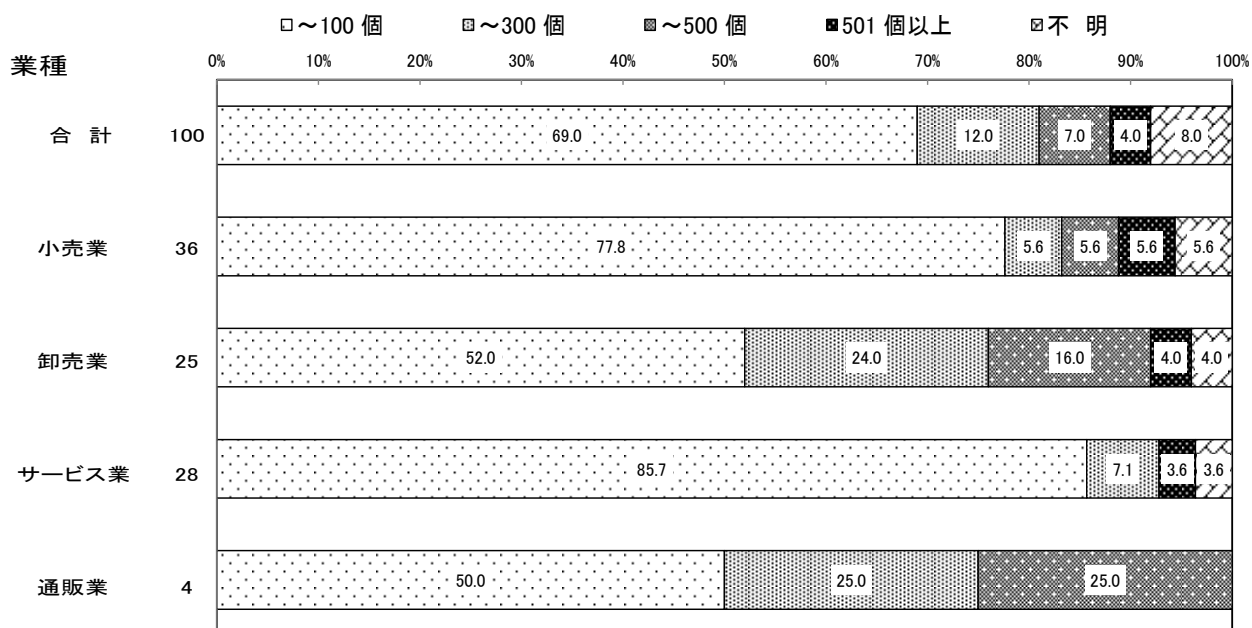
小売業では「～100 個」が 77.8%と最も高くなる一方、卸売業では「～100 個」が 52.0%、「～300 個」が 24.0%、「～500 個」が 16.0%となり、300 個以上は 4 割超となっている。

業種×求める数量（1 回あたりの発注ロット）クロス集計表

上段：件

下段：%

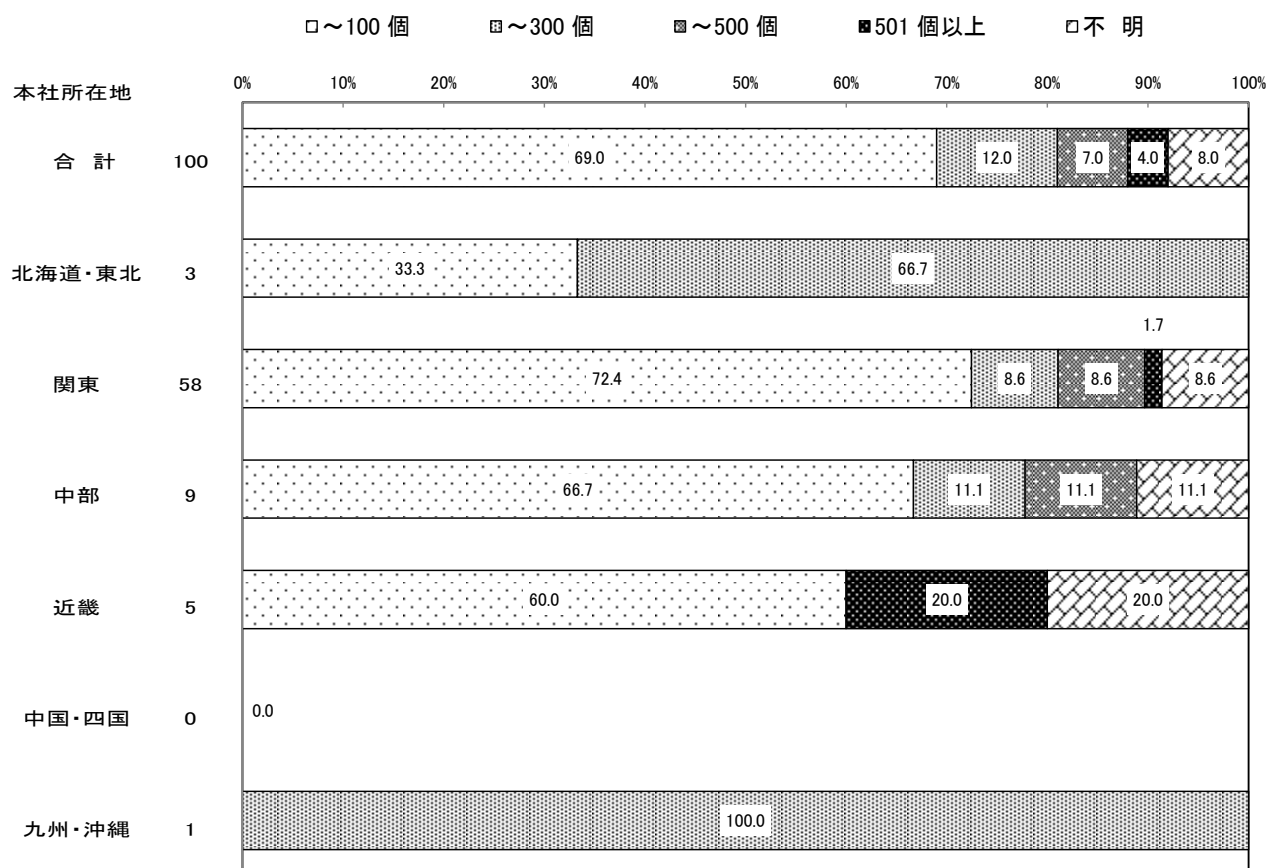
	調査数	求める数量(1 回あたりの発注ロット)					
		～100 個	～300 個	～500 個	501 個以上	不 明	
合 計	100 100.0	69 69.0	12 12.0	7 7.0	4 4.0	8 8.0	
業 種	小売業	36 100.0	28 77.8	2 5.6	2 5.6	2 5.6	2 5.6
	卸売業	25 100.0	13 52.0	6 24.0	4 16.0	1 4.0	1 4.0
	サービス業	28 100.0	24 85.7	2 7.1	-	1 3.6	1 3.6
	通販業	4 100.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0	-	-



本社所在地×求める数量（1回あたりの発注ロット）クロス集計表

上段：件  
下段：%

	調査数	求める数量(1回あたりの発注ロット)					
		～100個	～300個	～500個	501個以上	不明	
合計	100 100.0	69 69.0	12 12.0	7 7.0	4 4.0	8 8.0	
本社所在地	北海道・東北	3 100.0	1 33.3	2 66.7	-	-	-
	関東	58 100.0	42 72.4	5 8.6	5 8.6	1 1.7	5 8.6
	中部	9 100.0	6 66.7	1 11.1	1 11.1	-	1 11.1
	近畿	5 100.0	3 60.0	-	-	1 20.0	1 20.0
	中国・四国	-	-	-	-	-	-
	九州・沖縄	1 100.0	-	1 100.0	-	-	-



問4 商品を選定する理由を選んで下さい

5割強が「他にない、地域特産商品である」と回答

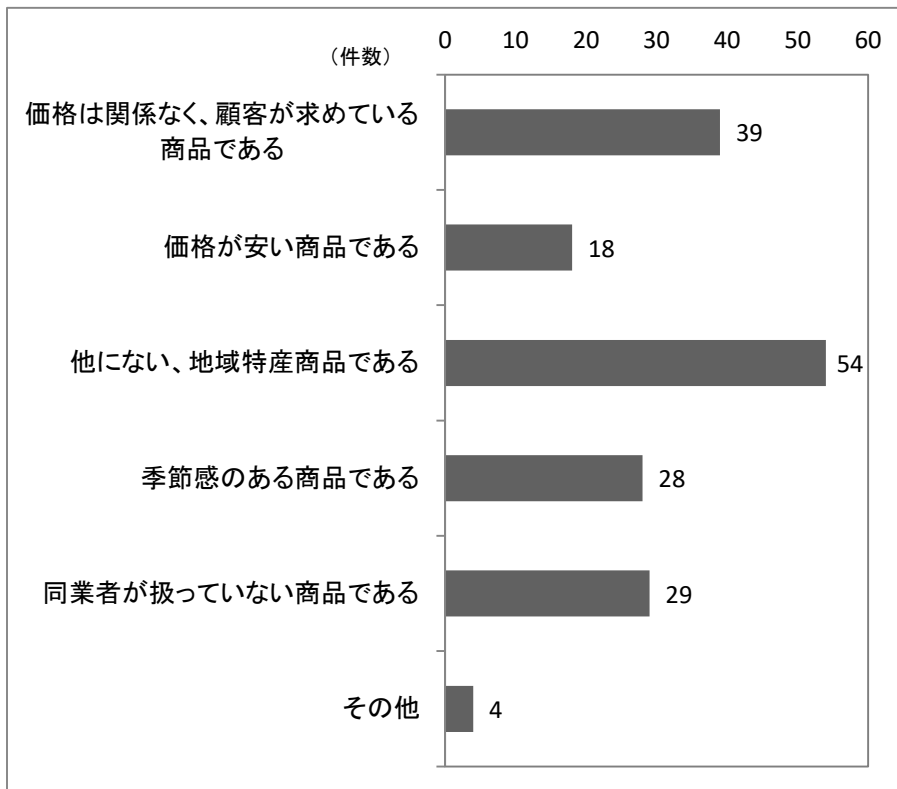
【全体結果】

「他にない、地域特産商品である」と回答した人の割合は5割強（54.0%）で、「価格は関係なく、顧客が求めている商品である」と回答した人の割合は4割弱（39.0%）、「同業者が扱っていない商品である」と回答した人の割合は3割弱（29.0%）となっている。

上段：件  
下段：%

調査数	商品を選定する理由を選んで下さい(複数回答可)					
	価格は関係なく、顧客が求めている商品である	価格が安い商品である	他にない、地域特産商品である	季節感のある商品である	同業者が扱っていない商品である	その他
100	39	18	54	28	29	4
-	39.0	18.0	54.0	28.0	29.0	4.0

図 2.4 商品を選定する理由



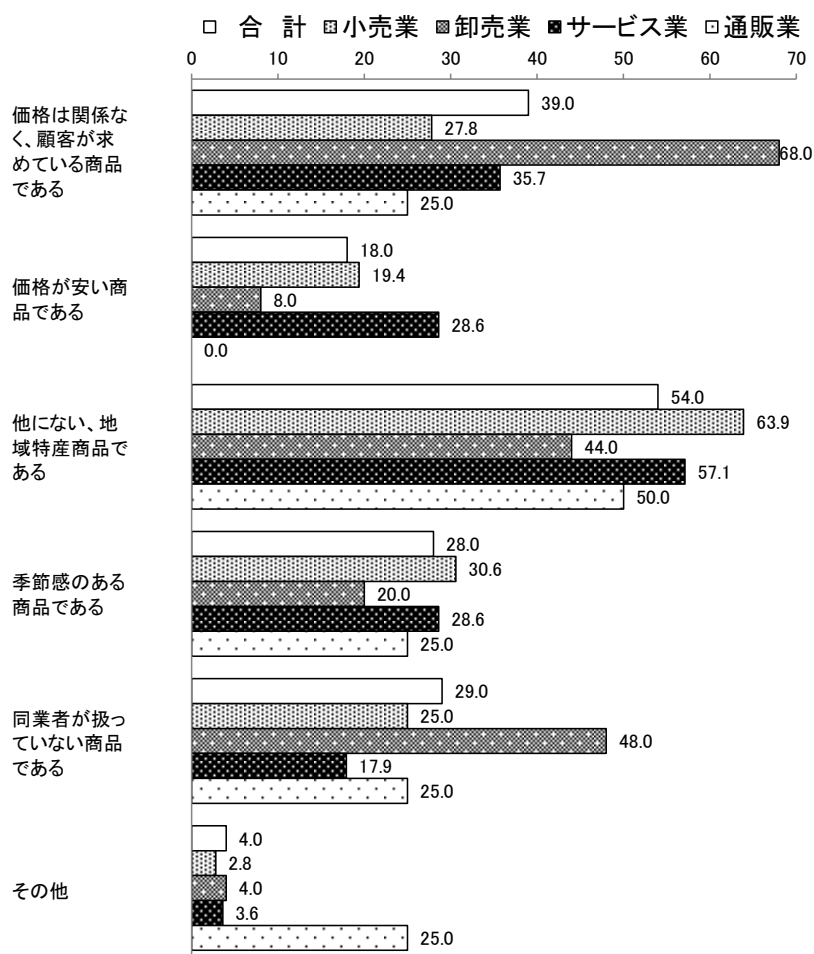


業種別に見ると、小売業では「他にない、地域特産商品である」が6割強（63.9%）で最も高く、卸売業では「価格は関係なく、顧客が求めている商品である」が7割弱（68.0%）で最も高い結果となった。

業種×商品を選定する理由クロス集計表

上段：件  
下段：%

		調査数	商品を選定する理由を選んで下さい(複数回答可)					その他
			価格は関係なく、顧客が求めている商品である	価格が安い商品である	他にない、地域特産商品である	季節感のある商品である	同業者が扱っていない商品である	
合計		100	39	18	54	28	29	4
		100.0	39.0	18.0	54.0	28.0	29.0	4.0
業種	小売業	36	10	7	23	11	9	1
		100.0	27.8	19.4	63.9	30.6	25.0	2.8
	卸売業	25	17	2	11	5	12	1
		100.0	68.0	8.0	44.0	20.0	48.0	4.0
	サービス業	28	10	8	16	8	5	1
	100.0	35.7	28.6	57.1	28.6	17.9	3.6	
	通販業	4	1	-	2	1	1	1
		100.0	25.0	-	50.0	25.0	25.0	25.0

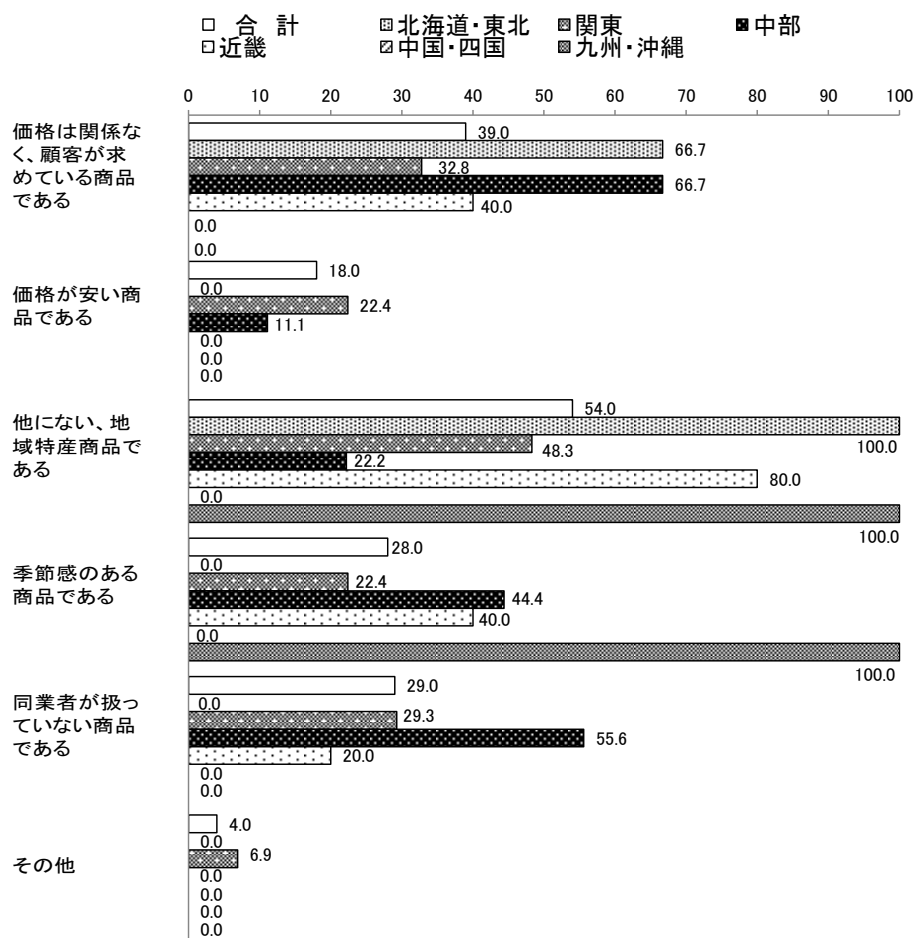


本社所在地×商品を選定する理由クロス集計表

上段：件

下段：%

		調査数	製造メーカーへの要望(複数回答可)						
			使用している素材、開発・製造に至る背景等をしっかりPRして欲しい	価格が安い商品を作っている	価格ではなく、他社と差別化できる商品が欲しい	販促用の試食品やプチギフトなどが欲しい	ホームページ、SNSなどを活用した情報発信や受注体制を整えてほしい	その他	不明
合計		100 100.0	42 42.0	23 23.0	52 52.0	18 18.0	8 8.0	3 3.0	1 1.0
本社所在地	北海道・東北	3 100.0	1 33.3	-	3 100.0	-	-	-	-
	関東	58 100.0	27 46.6	15 25.9	24 41.4	10 17.2	4 6.9	3 5.2	-
	中部	9 100.0	3 33.3	1 11.1	6 66.7	-	1 11.1	-	-
	近畿	5 100.0	3 60.0	-	3 60.0	1 20.0	-	-	-
	中国・四国	-	-	-	-	-	-	-	-
	九州・沖縄	1 100.0	1 100.0	1 100.0	-	-	-	-	-



問5 メーカーへの要望

5割が「価格ではなく、他社と差別化できる商品が欲しい」と回答

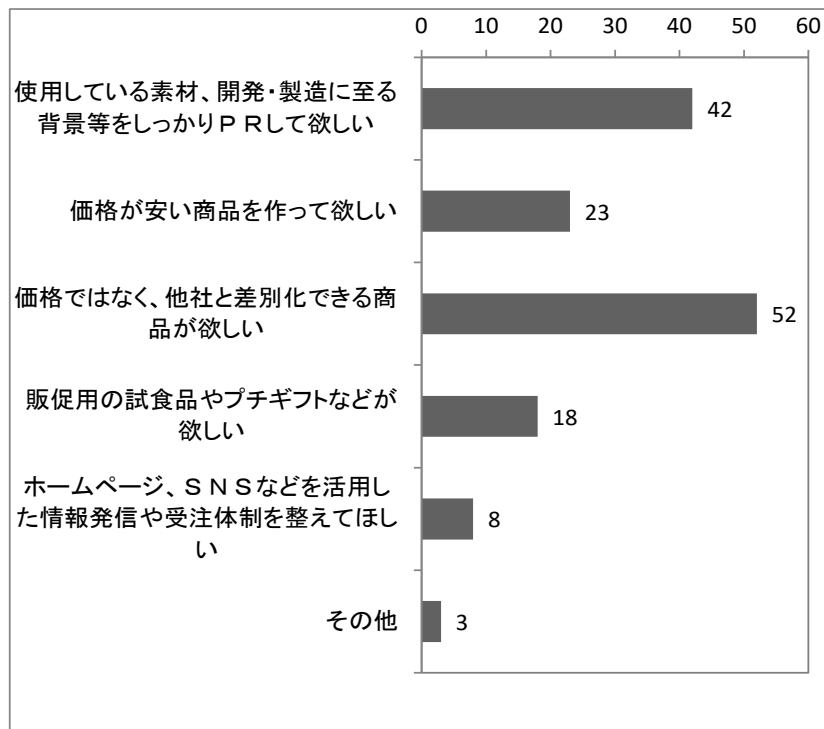
【全体結果】

「価格ではなく、他社と差別化できる商品が欲しい」と回答した人の割合は5割(52.0%)、  
 「使用している素材、開発・製造に至る背景等をしっかりPRして欲しい」と回答した人の割合は4割(42.0%)で、  
 「価格が安い商品を作って欲しい」と回答した人の割合は2割(23.0%)となっている。

上段：件  
 下段：%

調査数	製造メーカーへの要望(複数回答可)						
	使用している素材、開発・製造に至る背景等をしっかりPRして欲しい	価格が安い商品を作って欲しい	価格ではなく、他社と差別化できる商品が欲しい	販促用の試食品やプチギフトなどが欲しい	ホームページ、SNSなどを活用した情報発信や受注体制を整えてほしい	その他	不明
100	42	23	52	18	8	3	1
-	42.0	23.0	52.0	18.0	8.0	3.0	1.0

図 2.5 メーカーへの要望

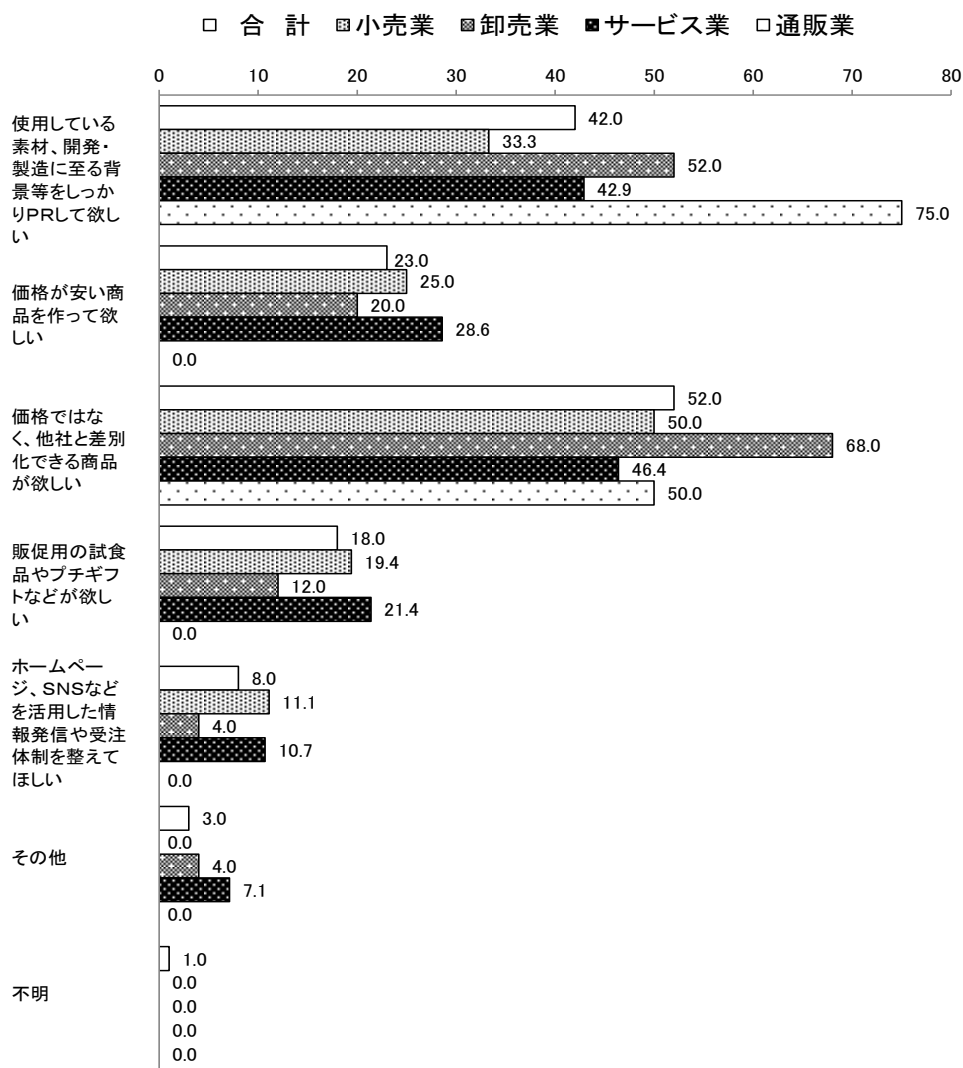


業種別で見ると、特に卸売業で「価格ではなく、他社と差別化できる商品が欲しい」が7割弱（68.0%）を占めている。

業種×製造メーカーへの要望クロス集計表

上段：件  
下段：%

	調査数	製造メーカーへの要望(複数回答可)							
		使用している素材、開発・製造に至る背景等をしっかりPRして欲しい	価格が安い商品を作って欲しい	価格ではなく、他社と差別化できる商品が欲しい	販促用の試食品やプチギフトなどが欲しい	ホームページ、SNSなどを活用した情報発信や受注体制を整えてほしい	その他	不明	
合計	100	42	23	52	18	8	3	1	
	100.0	42.0	23.0	52.0	18.0	8.0	3.0	1.0	
業種	小売業	36	12	9	18	7	4	-	-
		100.0	33.3	25.0	50.0	19.4	11.1	-	-
	卸売業	25	13	5	17	3	1	1	-
		100.0	52.0	20.0	68.0	12.0	4.0	4.0	-
	サービス業	28	12	8	13	6	3	2	-
	100.0	42.9	28.6	46.4	21.4	10.7	7.1	-	
通販業	4	3	-	2	-	-	-	-	
	100.0	75.0	-	50.0	-	-	-	-	



本社所在地×製造メーカーへの要望クロス集計表

上段：件  
下段：%

	調査数	製造メーカーへの要望(複数回答可)							
		使用している素材、開発・製造に至る背景等をしつかりPRして欲しい	価格が安い商品を作って欲しい	価格ではなく、他社と差別化できる商品が欲しい	販促用の試食品やプチギフトなどが欲しい	ホームページ、SNSなどを活用した情報発信や受注体制を整えてほしい	その他	不明	
合計	100	42	23	52	18	8	3	1	
	100.0	42.0	23.0	52.0	18.0	8.0	3.0	1.0	
本社所在地	北海道・東北	3	1	-	3	-	-	-	-
		100.0	33.3	-	100.0	-	-	-	-
	関東	58	27	15	24	10	4	3	-
		100.0	46.6	25.9	41.4	17.2	6.9	5.2	-
	中部	9	3	1	6	-	1	-	-
		100.0	33.3	11.1	66.7	-	11.1	-	-
	近畿	5	3	-	3	1	-	-	-
	100.0	60.0	-	60.0	20.0	-	-	-	
中国・四国	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	
九州・沖縄	1	1	1	-	-	-	-	-	
	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	

